

Technická univerzita v Liberci

FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Studijní program: 6208R048 Ekonomika a management

Studijní obor B6208 Sportovní management
(kombinace):

MARKETINGOVÁ ANALÝZA SQUASH ARENY LIBEREC
MARKETING ANALYSIS OF SQUASH ARENA LIBEREC

Bakalářská práce: 09-FP-KTV- 252

Autor:

Jana KOHOUTOVÁ

Podpis:

.....

Vedoucí práce: PaedDr. Jindřich Martinec.

Konzultant: Ing. Filip Trešl

Počet

| Stran | grafů | obrázků | tabulek | pramenů | příloh |
|-------|-------|---------|---------|---------|--------|
| 48 | 2 | 2 | 8 | 17 | 6 |

V Liberci dne:

PROHLÁŠENÍ

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne:

.....

PODĚKOVÁNÍ

Chtěla bych poděkovat všem, kteří přispěli při sepisování této práce. Především chci velice poděkovat svému vedoucímu práce PaedDr. Jindřichu Martincovi a konzultantovi Ing. Filipu Trešlovi, za veškerý čas, který mi věnovali po celou dobu sepisování bakalářské práce, za cenné rady a pomoc při řešení problémů.

Mé díky patří všem zaměstnancům Squash areny Liberec, kteří mě pomáhali s uspořádáním a průběhem squashového turnaje pro studenty TUL.

Současně bych ráda poděkovala svým rodičům za umožnění studia na vysoké škole, za pochopení a veškerou podporu.

OBSAH

ÚVOD

| | |
|--|----|
| | 1 |
| 2 | |
| CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE..... | 13 |
| 1. SQUASH..... | 11 |
| 1.1. Historie squashe | 15 |
| 1.2. Hřiště a vybavení | 15 |
| 1.3. Squash pravidla..... | 16 |
| 1.4. Chování na kurtu..... | 17 |
| 1.4.1. Obecná pravidla..... | 18 |
| 2. SQUASH ARENA LIBEREC..... | 19 |
| 2.1. Historie Squash areny Liberec..... | 19 |
| 2.2. Současné prostory Squash areny Liberec..... | 19 |
| 2.2.1. Aerobní sál..... | 20 |
| 2.2.2. Bar..... | 20 |
| 2.2.3. Solárium..... | 21 |
| 2.2.4. Sauna..... | 21 |
| 2.3. Otevírací doba Squash areny Liberec..... | 21 |
| 2.4. Nápojový lístek Squash areny Liberec..... | 22 |
| 3. PODNIKATELSKÉ ROZHODNUTÍ..... | 23 |
| 3.1. Předmět podnikání..... | 23 |
| 3.2. Poslání..... | 23 |
| 3.3. Cíle..... | 23 |
| 3.4. Podnikatelské rozhodnutí..... | 23 |
| 3.5. Volba organizačně právní formy..... | 24 |
| 4. ANALÝZA SWOT..... | 27 |
| 4.1. Popis SWOT analýzy..... | 27 |

| | | |
|--------|--|----|
| 4.4. | Prodejní a marketingové strategie..... | 29 |
| 4.4.1. | Marketingový mix Squash areny Liberec | 30 |
| 5. | NÁVŠTĚVNOST SQUASH ARENY LIBEREC..... | 32 |
| 5.1. | Návštěvnost v dopoledních hodinách | 35 |
| 5.1.1. | Návrh řešení návštěvnosti v dopoledních hodinách | 35 |
| 5.2. | Návštěvnost v odpoledních hodinách | 36 |
| 5.2.1. | Návrh řešení růstu návštěvnosti v odpoledních hodinách | 36 |
| 5.3. | Návštěvnost ve večerních hodinách..... | 37 |
| 5.4. | Návštěvnost o víkendu..... | 37 |
| 5.4.1. | Návrh řešení růstu návštěvnosti o víkendu | 38 |
| 5.5. | Reklama – zviditelnění Squash areny Liberec..... | 38 |
| 5.6. | Sponzorství | 39 |
| 5.7. | Návrh spolupráce s Technickou univerzitou Liberec..... | 38 |
| 6. | SQUASHOVÝ TURNAJ PRO STUDENTY TUL..... | 39 |
| 6.1. | Hlavní zásady při pořádání turnaje | 42 |
| 6.2. | Informace o turnaji..... | 43 |
| 6.3. | Systém turnaje..... | 43 |
| 6.4. | Ceny pro výherce | 44 |
| 6.5. | Finanční stránka turnaje..... | 44 |
| 6.5.1. | Náklady turnaje..... | 45 |
| 6.6. | Hodnocení turnaje z pohledu účastníků - anketa | 45 |
| 6.7. | Výsledky turnaje | 46 |
| 7. | ZÁVĚR | 48 |
| 8. | SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY | 49 |
| 9. | SEZNAM PŘÍLOH..... | 51 |

Anotace

Cílem mé bakalářské práce je zpracovat marketingovou analýzu a určitý návrh, který by mohl napomoci tomu, jakým způsobem lze zvýšit návštěvnost Squash areny Liberec s.r.o. Na základě správy rezervací, kde lze vyčíst, kdy jsou squashové kurty nejvíce obsazeny a kdy jsou plně nevyužity, navrhnout možné změny přispívající ke spokojenosti zákazníka a následnému růstu návštěvnosti.

V druhé půli teoretické části se zabývám rozpracováním návrhů na propagaci, reklamu Squash areny Liberec s.r.o. V praktické části je rozpracovaný a uspořádaný squashový turnaj pro studenty TUL. Jeho následné vyhodnocení a přínos jak pro studenty, tak pro návštěvnost Squash areny s.r.o.

Za přínos mé práce považuji zvýšení návštěvnosti Squash areny s.r.o. Liberec a větší spokojenost zákazníka v rámci poskytujících služeb.

Annotation

The aim of my bachelor work is to create a particular proposal how to help to increase attendance of Squash Arena Liberec s.r.o. On the basis of reservation book where is written when squash courts are fill to capacity and when there is unutilized capacity it is possible to suggest some changes which could help to satisfy customers and subsequently increase attendance. The second theoretical part describes elaboration of advertisement and propagation's proposals of Squash Arena. The practical part covers semi-finished and took place squash match for students of TUL (Technical University of Liberec). There is also described its evaluation and benefit not only for students of TUL however for attendance of Squash Arena as well.

The benefit of my work is thought of increasing attendance of Squash Arena in Liberec and greater satisfaction of customers in terms of providing services.

Annotation

Das Ziel meiner Bakkaleuratarbeit ist einen bestimmten Vorschlag zu bearbeiten, der dazu beitragen könnte, wie es möglich wäre die Besuchshäufigkeit der Squash Arena Liberec s.r.o. zu erhöhen. Auf Grund der Reservationsverwaltung, wo man erfahren kann, wann die Squashplätze am meisten belegt werden und wann sie völlig ungenutzt werden, möchte ich mögliche Änderungen vorschlagen, die zur Kundenzufriedenheit führen und folgend auch den Besuchshäufigkeitswachstum erhöhen. In der zweite Hälfte des theoretischen Teils beschäftige ich mich mit der Vorbereitung der Propagationsvorschläge, mit der Werbung der Squash Arena Liberec s.r.o. Im praktischen Teil ist ein Squashwettbewerb für TUL Studenten vorbereitet und organisiert. Seine anschließende Bewertung und Beitrag wie für Studenten, so auch für die Squash Arena s.r.o. Besuchshäufigkeit.

Für Beitrag meiner Arbeit halte ich die Erhöhung der Besuchshäufigkeit der Squash Arena Liberec s.r.o. und höhere Zufriedenheit der Kunden im Rahmen der geleisteten Dienstleistungen.

ZKRATKY

| | |
|------|--|
| IOC | International Olympic Committee |
| ISRF | International Squash Racets Federation |
| SWOT | Strenghts Weeknesses Threats Opportunities |
| TUL | Technická univerzita Liberec |
| UVB | Ultra fialové záření |
| WSF | World Squash Federation |

ÚVOD

Dovolte mi úvodem několik informací o podstatě tvorby mé bakalářské práce a volbě tohoto tématu vůbec. Marketingová analýza Squash areny, s. r. o v Liberci. Squash byl dlouhá léta společně s tenisem považován za sport podnikatelů, velkých osobností, kteří se na kurtech scházeli, jak za účelem sportu, tak za dohadem obchodních záležitostí. V posledních letech tento boom vystřídal fenomén jménem golf. V oblíbenosti se ovšem i v této době squash drží mezi sporty na špici [4].

Již druhým rokem pracuji jako brigádnice v liberecké Squash areně. Postupem času jsem získala jako zaměstnanec přehled o tom, co je ve Squash areně správně, či co lze nějakým způsobem zlepšit. Tato bakalářská práce mě motivuje k tomu, abych pomohla Squash areně Liberec zvýšit její návštěvnost squashových kurtů i jí takové. Svými návrhy, řešením a pilně provedenou prací budu doufat, že kroky, které podnikám, budou jen v její prospěch.

Squash arena Liberec se neustále rozvíjí a renovuje, proto je pro zákazníky velice lukrativním místem pro sport i zábavu. Mým úkolem bude Vás seznámit se Squash arenou jako takovou a napomoci jí k růstu počtu zákazníků a celkové spokojenosti.

CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

K dosažení cíle jsem si stanovila následující úkoly:

1. Vytvořit marketingovou analýzu Squash areny Liberec.
2. Poskytnout návrhy k řešení růstu návštěvnost Squash areny Liberec – způsob vylepšení služeb.
3. Uspořádat squashový turnaj pro studenty TUL v rámci návrhu organizace squashového turnaje.

1. SQUASH

1.1. Historie squashe

Na počátku 19. století se objevila jiná varianta dobře známé hry tenisu. Postarali se o to chovanci ve věznici Fleet v Londýně, když si svůj pobyt za mřížemi krátili údery míčkem pomocí rakety o zeď a vymysleli tak hru „Rackets“ („rakety“). Tato hra se rozšířila na některé anglické školy. A právě na jedné z těchto škol se zrodil nový sport **squash**. Bylo to kolem roku 1830 na škole Harrow. Začali trénovat s míčkem z indické gumy údery o stěnu a objevili, že se míček od stěn neodráží, ale při dopadu na stěnu se „rozplácne“. Tato varianta hry se zakrátko prosadila a stala se natolik populární, že v roce 1864 byly na škole vybudovány první 4 squashové kurty a squash byl oficiálně uznán jako sport. První kurty byly budovány na školách a universitách v Anglii a později se objevily i klubové kurty [16].

Většího rozmachu dosáhl squash až po skončení 1. světové války ve 20. letech. Tento sport si oblíbilo tisíce hráčů na celém světě a začaly se organizovat první mistrovství a zápasy. První profesionální mistrovství světa, které se konalo v roce 1920 v Anglii, vyhrál C. R. Read (Queens Club) v souboji s A. W. B. Johnsem (RAC Club) [16, 17]. V roce 1907 byla založena první squashová asociace pod jménem United States Squash Rackets Association. Po ní následovala v roce 1911 Canadian Squash Rackets Association. V Anglii byla hra nejprve od roku 1908 regulována squashovým výborem, který spadal pod Tennis and Rackets Association. V roce 1928 se však osamostatnila vlastní Squashová asociace (Squash Rackets Association) [16].

Nejvíce se asi o popularizaci squashe a jeho rozmach postarali Jonah Barington (Irsko) a Geoff Hunt (Austrálie). Oba byli jedni z nejlepších hráčů v 60. a 80. letech. Tito dva hráči přiblížili představu o squashi širokým masám sportovců, čímž nastartovali obrovský boom tohoto sportu. Od té doby se po celém světě postavilo 46 000 kurtů a squash hraje okolo 15 milionů registrovaných hráčů (údaje z roku 1994) [16].

V roce 1966 se sešli zástupci z Austrálie, Velké Británie, Indie, Nového Zélandu, Pákistánu, Jižní Afriky, USA, Kanady a Spojených Arabských Emirátů a vytvořili základy nové zastřešující organizace – Mezinárodní squashová Asociace (International Squash Rackets Association (ISRF), která poprvé zasedala 5. ledna 1967. V roce 1992 se ISRF přejmenovala na Světovou squashovou federaci (World Squash Federation – WSF) a změnila i oficiální název sportu na jednoduché „SQUASH“, oproti předchozímu „Squash Rackets“ (squash rakety). WSF nyní sdružuje pod sebou 109 národních squashových asociací. V současnosti se WSF stará o dodržování a upřesňování pravidel, vydává specifikace kurtů, raket a dalšího nutného vybavení, vytváří metodiku a systém výuky a tréninku. Dále zajišťuje koordinaci kalendáře světových turnajů, vypisuje a organizuje Mistrovství světa pro muže, ženy, juniory (chlapce, dívky) a seniory, a to jak ve dvouhře, tak ve čtyřhře. WSF také úzce spolupracuje s International Olympic Committee (IOC) – Mezinárodní olympijský výbor, aby byl squash zařazen mezi olympijské sporty.

Největší hráč v historii squashe je Pákistánec Jahangir Khan, který byl mistrem světa v letech 1982 až 1988 [16].

1.2. Hřiště a vybavení

Squashový kurt je dlouhý 9,75 m a široký 6,40 m. Zadní stěna kurtu bývá většinou průhledná. Na přední straně je spodní lišta, která je vysoká 48 cm. Pokud je tato lišta zasažena ve hře, jedná se o aut.

Raketa pro squash je trošku větší a těžší než raketa na badminton, ale je menší a lehčí než raketa na tenis. Rozměry rakety jsou: max. délka - 686 mm, max. šířka - 215 mm, max. délka výpletu - 390 mm, max. plocha výpletu - 500 mm², max. hmotnost - 255 g.

Míček na squash má průměr 40 mm a hmotnost 24 g. Míčky se rozeznávají podle odskoku či odrazu o stěny. Tento odraz definuje barevná tečka na míčku. Začínající hráči používají nejčastěji míček s modrou nebo červenou tečkou, protože se velmi dobře odráží a odskakuje. Naproti tomu velmi dobří hráči, používají míček s jednou nebo dvěma žlutými

tečkami, který skáče velmi málo (je tzv. pomalý). Všechny míčky po zahřátí na svou optimální teplotu se odráží zhruba stejně. Rozdíl je v tom, že každý míček má tuto provozní teplotu jinou. Začínající hráči většinou nezahřejí během hry míček tak jako hráči pokročilejší, proto používají výše zmíněné míčky s modrou nebo červenou tečkou, které se dobře odráží již ve studeném stavu.

1.3. Squash pravidla

Následující velmi stručný výťah z pravidel by měl umožnit odehrání utkání začátečníkům. Pravidla squashe jsou daleko obsáhlejší s přesným výkladem. V této podobě jsou však zapotřebí pouze pro vrcholovou úroveň. Pro rekreační hru postačí dále uvedený výběr základních principů. Případným zájemcům budou objasněna při návštěvě squashového klubu. Je možné si rovněž zakoupit knižní publikaci.

Hra

Squash hrají vždy dva hráči. Do výbavy hráčů patří squashová raketa a míček. Všechny prvky jsou specifikované pravidly.

Skóre

Zápas je tvořen vítězstvím jednoho z hráčů ve dvou nebo třech setech (dle dohody). Každý set se hraje do dosažení 9 bodů jedním z hráčů. V případě, že dosáhnou oba shodného skóre např. 8:8, přijímající hráč určí před zahájením nového míčku, zda se set ukončí rozdílem jednoho nebo dvou bodů (např. 9:8, 10:8).

Body

Bod může dosáhnout pouze podávající hráč po vítězném úderu ve výměně. Pokud výměnu vyhraje přijímající hráč, stává se podávajícím bez změny skóre, tzv. systém se ztrátami.

Podání

Utkání začíná podáním z podávajícího čtverce, ve kterém musí podávající stát alespoň jednou nohou. Při zahájení utkání, setu a po zisku podání v setu, má podávající právo volby, ze které strany začne podávat. Podání se musí pravidelně střídat z obou stran. Podávající hráč pokračuje v podáních, dokud neprohraje výměnu. Pak se podávajícím stává soupeř. Při podání se míček může nadhodit rukou nebo raketou a zahraje se. Pokud hráč nadhodil, ale nezahrál úder, může podání opakovat. Pro správné provedené podání musí míč nejprve narazit na čelní stěnu, mezi horní outovou a střední podávací čarou. Pak může (ale nemusí) narazit na boční, popř. zadní stěnu a musí dopadnout do zadní čtvrtiny kurtu na straně přijímajícího. Jakýkoliv dotek míčku mimo vyhraněnou hrací plochu, je špatný míč.

Return

Dobře odehraný míč musí být hráčem odehrán po prvním odskoku od podlahy nebo přímo ze vzduchu na čelní stěnu mezi horní outovou a spodní tinovou čarou. Před dopadem na čelní stěnu může být míč odražen o boční, zadní stěnu (sklo) nebo obě, nesmí se však dotknout podlahy. Soupeř může míč odehrát kdykoliv po odrazu od čelní stěny, musí to však být dříve než se míček dotkne podruhé podlahy.

Let

Jedná se o bránění ve hře, při které soupeř neumožnil hráči přímý přístup k odehrání míče, nebo stál v dráze možného letu míče, nejednalo se však o situaci, kdy mohl hráč jednoznačně dokončit výměnu. Hráč, který je takto omezen, požádá soupeře o nový míček a výměna se opakuje.

1.4. Chování na kurtu

Jestliže rozhodčí usoudí, že chování hráče je rušivé, zastrašující nebo útočné vůči protihráči, jemu samému či např. divákovi nebo by jinak jeho chování mohlo znevážit hru, hráče potrestá. Přestupky, na které rozhodčí má reagovat podle tohoto pravidla zahrnují slyšitelné a viditelné obscénnosti, slovní a fyzické napadení, námitky vůči markerovi nebo rozhodčímu, špatné zacházení s raketou, míčkem nebo kurtem a koučování, jindy než během přestávky mezi hrami. Další přestupky zahrnují významný nebo úmyslný fyzický kontakt, přílišný švih rakety, nekorektní zahřívání, pozdní návrat na kurt, nebezpečnou hru nebo čin a zdržování [18].

Rozhodčí může použít následující tresty:

1. Výstraha - napomenutí rozhodčího (Conduct Warning)
2. Výměna přiznaná protihráči (Conduct Stroke)
3. Hra přiznaná protihráči (Conduct Game)
4. Zápas přiznaný protihráči (Conduct Match[18])

1.4.1. Obecná pravidla

Squash je hra, při které je nutné na první místo zařadit bezpečnost protihráče. V žádném případě se nehrají údery, při kterých by bylo možné soupeře ohrozit míčem nebo raketou. Pokud si není hráč na 100% jist, že protihráče neohrozí, nebo neví, zda se kolem něj pohybuje, úder se nehraje a požádá se o nový míč. Žádný vítězný míč nestojí za poranění protihráče.

2. SQUASH ARENA LIBEREC

Squash arena Liberec je komplex nabízející služby pro volný čas ve vícero směrech. A to v rámci jak sportovního vyžití, tak i odpočinku a relaxace. Mimo prostorů pro sportování se zde nachází 3 solária a nově zde byla vybudována sauna. Komplex se nachází na velice dostupném místě, na sídlišti Kunratická, které je vzdáleno časově pouze 7 minut od centra městskou hromadnou dopravou – autobusem č. 22 a č. 29.

2.1. Historie Squash areny Liberec

Squash arena Liberec figuruje na našem trhu několik let. Od doby svého vzniku svou nabídku radikálně obohatila. Již se nejedná pouze o sportovní aktivity. Nabízí aktivní i pasivní formy odpočinku. Na začátku své existence nabízela pouze tři squashové kurty. V roce 2002 vybudovala další tři kurty. O rok později se zde odehrálo mistrovství České republiky ve squashi.

Majitel se rozhodl vytvořit sportovní centrum se širokým spektrem možností pro volný čas a v dalších letech nabídku rozšířil o další kurty, solária, saunu, wallybal, lezeckou stěnu, schwinn cycling, pilates, tae-bo, cvičení s dětmi, power jógu, dětské hřiště a posezení na terásce s jezírky.

2.2. Současné prostory Squash areny Liberec

Ve Squash areně Liberec se nachází 6 squashových kurtů, spinningový sál. Spinningový sál se dá dále využít i k jiným účelům jako je aerobik, pilates, tae-bo atd. Ve Squash areně Liberec se nachází nově již zmíněná sauna. Návštěvníci zde mohou posedět i

u

kávy.

Pro ně se zde nachází i nově vybudovaná zahradní terasa, v jejíž levé části se nachází horolezecká stěna.

Na horolezecké stěně probíhají lezecké kroužky pro děti, studenty i dospělé. Lezecká stěna je dostupná i pro veřejnost. V nejbližší době plánuje squash arena vybudovat ve vnitřním spinningovém sále boulderovou stěnu, aby kroužky pro děti mohli probíhat také v zimním období. Musím zde připomenout i poslední prostory a to 3 solária, které se nachází ve vestibulu areny.

2.2.1. Aerobní sál

- plocha cca 65m²
- kapacita cvičících žen 25
- k dispozici jsou podložky, stepy, činky s různým závažím, gumy, a posilovací míče
- po celém sálu jsou umístěna zrcadla
- vedení každé cvičební hodiny je vedeno kvalifikovanými cvičiteli
- možnosti cvičení: pilates, joga, aerobik, step aerobik, kick box, power joga, tae-bo

2.2.2. Bar

- podává se zde velký sortiment nealkoholických nápojů
- proteinových a iontových nápojů
- aminokyseliny
- müsli tyčinky
- carnitin
- počítač a pevná linka, kancelářské vybavení

2.2.3. Solárium

- **Dvě vertikální solária MiamiSun XL** s 56 trubicemi Bermuda Gold Highlight Xtreme SR 160 W, 2,6 % UVB
- **Jedno horizontální solárium Ergoline 300** s 38 (+ 3 obličejovými) trubicemi Super power SR 100 W, 2,4 % UVB [12].

2.2.4. Sauna

- kapacita sauny - max. 4 osoby
- nově vybudovaná
- k dispozici studená sprcha a odpočívárna
- možnost donášky malého občerstvení a nápojů
- prostěradla a ručníky možno zapůjčit

Saunu může navštívit každý zdravý člověk. Nemocná osoba může navštívit saunu také, ale měla by vždy dbát na rady a doporučení lékaře. Pro ideální průběh saunování je třeba dodržovat zásady. Organismus před saunováním má být „v pohodě“, vhodné je začít malou relaxací. Člověk by neměl být hladový, ale ani s plným žaludkem. Než se začne se saunováním, je nutné odložit veškerý oděv, ve sprše je třeba se pořádně omýt. Před vstupem do odpočívárny je nutné se pečlivě osušit, aby se nezvyšovala vlhkost v odpočívárně [11].

2.3. Otevírací doba Squash areny Liberec

Po-Pá 8:00 – 22:00

So-Ne 8:00- 22:00

2.4. Nápojový lístek Squash areny Liberec

Squash arena Liberec podporuje zdravou výživu u zákazníků, proto se v tomto roce rozhodla k obvyklému nápojovému lístku (coca-cola, fanta, sprite atd.) přidat i následující nápoje.

Fresh and smoothies, které jsem vložila k nahlédnutí do Přílohy č 5.

3. PODNIKATELSKÉ ROZHODNUTÍ

3.1. Předmět podnikání

Uvést na trh služby pro běžnou populaci s tendencí postupného rozšiřování služeb. Zabývající se dokonalou péčí o lidské tělo a duši, co se po sportovní stránce týče.

3.2. Poslání

Uvést na trh službu pro ženy a muže, se zaměřením na zdraví životní styl.

3.3. Cíle

V první fázi bez zaměření na zisk, pouze na pokrytí nákladů. Uspokojení potřeb zákazníků, dostání se do jejich povědomí, s kvalitní reklamní kampaní spojenou s vysokou úrovní služeb. A postupná maximalizace zisku. Cílem je uvést kvalitní a dostupnou službu se zaměřením na širokou veřejnost.

3.4. Podnikatelské rozhodnutí

Rozhodnutí založit v Liberci Squash arenu za účelem poskytovat služby v oblasti sportovních aktivit. Se zaměřením na zdraví životní styl sloužící pro regeneraci a rekondici. Před zahájením provozování podnikatelské činnosti musí předcházet průzkumu trhu. A v tomto průzkumu pomohla tzv. SWOT analýza a Marketingový mix.

3.5. Volba organizačně právní formy

Proč právě volba s. r. o?

Byla zvolena společnost s ručením omezeným. Výhodou s. r. o. je omezené ručení do výše vkladu, dlouhodobá životnost společnosti. A snadná majetková expanze formou navýšení vkladů společníků nebo přistoupením dalších společníků. S. r. o. se zdá jako nejoptimálnější forma pro takovýto podnik.

Společnost s ručením omezeným může být založena, jak osobou fyzickou, tak i osobou právnickou, jak tuzemskou, tak i zahraniční. Maximální počet společníků společnosti je padesát.

Společnost se zakládá zakladatelským dokumentem, který musí být formou notářského zápisu. Společníci si musí dohodnout výši základního kapitálu a výši jednotlivých vkladů společníků. Minimální výše základního kapitálu společnosti činí 200 000,- Kč. V případě, je-li společnost zakládána alespoň dvěma společníky, jak tomu je i v našem případě, postačuje, je-li před zápisem do obchodního rejstříku splacena částka 100 000,- Kč. Zbytek částky může být doplacen do 5 let, na každý peněžitý vklad musí být splaceno nejméně 30%. Vklad jednotlivého společníka je minimálně 20 000,- Kč, přičemž částka musí být dělitelná na celé tisíce. Vklad můžeme mít u s. r. o také peněžitý nebo nepeněžitý. V případě, že společník hodlá svou vkladovou povinnost splnit nepeněžitým vkladem, je nutné, ještě před sepsáním zakladatelské listiny formou notářského zápisu, podat návrh na soud, na jmenování znalce [14].

Založení společnosti s ručením omezeným:

- sepsání a podpis společenské smlouvy formou notářského zápisu
- způsob složení vkladů- založení nového bankovního účtu na jméno správce vkladů a složení vkladů na tento účet. Vznikem společnosti se stávají vklady jejím majetkem a společnost s nimi může disponovat.
- získání živnostenského oprávnění

- návrh na zápis do obchodního rejstříku, který se podává u příslušného rejstříkového soudu. Podpisy všech jednatelů, které musí být ověřeny notářem.

K návrhu se také přikládá:

- společenská smlouva
- živnostenské listy

Výpis z katastru nemovitostí ne starší 3 měsíců osvědčující vlastnické právo k prostorám

- v nichž máme sídlo Squash areny Liberec
- doklady o splnění vkladové povinnosti
- výpis z rejstříku trestů, ne starší 3 měsíců za každého jednatele
- čestné prohlášení jednatele, že je plně způsobilý k právním úkonům, splňuje podmínky provozování živnosti [14].

Živnost- získání živnostenského listu:

Podnikání - činnost občana starší 18 let, s čistým trestným rejstříkem a svéprávného, za účelem samostatného a nezávislého výděлку na své jméno a svůj účet. Před začátkem podnikání je třeba získat živnostenský list.

Podmínky pro získání živnostenského listu, které musíme splňovat:

- věk minimálně 18 let
- způsobilost k právním úkonům
- bezúhonnost
- daňové nedoplatky u finančního úřadu- bezdlužnost
- nedoplatky na sociálním pojištění
- zaplatit 1 000,- Kč za každý živnostenský list a 2 000,- Kč za koncesní listinu

Podnikatelská činnost:

- provozování Squash areny Liberec - sportovního centra
- podle přílohy č.2 Živnostenského zákona, skupina 214: Ostatní

- obor - provozování tělovýchovných a sportovních zařízení sloužících k regeneraci a rekondici
- průkaz způsobilosti- dosažení vysokoškolského vzdělání, studijní obor Management tělesné výchovy a sportu na Karlově univerzitě
- základní kapitál 200 000,- Kč
- ručení – společníci ručí solidárně do výše souhrnu všech nesplacených prostředků [14].

4. ANALÝZA SWOT

Co je SWOT analýza?

SWOT analýza hodnotí silné (Strenghts), slabé (Weaknesses) stránky společnosti, hrozby (Threats) a příležitosti (Opportunities) spojené s podnikáterským záměrem, projektem, strategií nebo i restrukturalizací procesů.

Díky ní je možné komplexně vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. SWOT je součástí strategického (dlouhodobého) plánování společnosti.

SWOT analýza byla vyvinuta Albertem Humphreym ze Stanfordovy univerzity. V šedesátých letech vedl výzkumný projekt, při němž byla využita data od 500 nejvýznamnějších amerických společností [3].

4.1. Popis SWOT analýzy

Analýza spočívá v rozboru a hodnocení současného stavu firmy (vnitřní prostředí) a současné situace okolí firmy (vnější prostředí). Ve vnitřním prostředí hledá a klasifikuje silné a slabé stránky firmy. Ve vnějším prostředí hledá a klasifikuje příležitosti a hrozby pro firmu. Pro vyspecifikování jednotlivých např. silných stránek bývá využit brainstorming s managementem firmy a specialisty na oblast, kterých se SWOT analýza týká. Po brainstormingu se vše roztrídí podle relevantnosti k záměru použití SWOT. Následně nastupuje kvantifikované hodnocení jednotlivých položek všemi zúčastněnými. Po zhodnocení a spočítání váhy jednotlivých např. silných stránek celým týmem se seřadí dle důležitosti. Dále musí proběhnout jasné rozhodnutí managementu, jak s výsledky analýzy naloží a co bude realizovat. V rámci SWOT analýzy je vhodné hledat vzájemné synergie mezi silnými a slabými stránkami, příležitostmi a silnými stránkami apod. Tyto synergie pak v zápětí mohou být použity pro stanovení strategie a rozvoje firmy. [3]

4.2. Použití SWOT analýzy pro stanovení strategie

SWOT analýzu je možné využít jako silný nástroj pro stanovení a optimalizaci strategie společnosti, projektu nebo zlepšování stávajícího stavu či procesů. Při této možnosti je možné se rozhodovat, pro kterou strategii se management rozhodne. Nabízí se tyto možnosti [3]:

- **MAX-MAX strategie** – maximalizací silných stránek – maximalizovat příležitosti
- **MIN-MAX strategie** – minimalizací slabých stránek – maximalizovat příležitosti
- **MAX-MIN strategie** – maximalizací silných stránek – minimalizovat hrozby
- **MIN-MIN strategie** – minimalizací slabých stránek – minimalizovat hrozby

4.3. Swot analýza Squash areny Liberec

Silné stránky:

Služby, které se chystaly nabídnout veřejnosti, se zaměřením na běžnou populaci, jsou často velice opomíjeny. Sportovních center, kam si mohou jít zacvičit je mnoho, ovšem jen málo z nich se specializuje právě na squash. A to je naším cílem. Právě tato skutečnost by měla být atraktivní a měla by přilákat zákazníky. Kteří mohou využít i obsluhy baru a také solária. Konkurence squashových kurtů v Liberci a Libereckém kraji není vysoká, což považuji za veliký klad pro tento sportovní komplex.

Slabé stránky:

Z velkého počtu sportovních center vyplývá fakt, že bude velice těžké přesvědčit potenciální zákazníky, aby navštívili právě Squash arenu Liberec. Je třeba vynaložit značné finanční prostředky na reklamu a propagaci, abychom na sebe upoutali pozornost a zákazníci v nás spatřili tzv. „něco nového“. Něco, co doposud trh nenabízel.

Příležitosti:

Největším trumfem je fakt, že se na trhu nevyskytuje mnoho sportovních zařízení, které by se specializovali právě na squash. Je proto třeba tuto příležitost využít co nejvíce ve svůj prospěch, nastítnit zákazníkům výhody našeho centra počínaje přes programy tvořené přímo na tělo zákazníků (osobní trenér, cvičební plán šitý na míru, vhodně zvolený jídelníček apod.) až po možnosti relaxace po sportem stráveném dni (solárium, sauna).

Hrozby:

Největší hrozbou je samozřejmě konkurence. Riziko, že někdo další přijde s podobnými službami, či že již existující a dobře zaběhnuté fitcentrum rozšíří svoje služby za dostupnější ceny např. scwinn cycling. Velkým rizikem by se mohlo stát nové squashové centrum v Liberci, které by bylo obohaceno o služby, které tato arena nemá a tím by byla Squash arena ve velkém ohrožení. Konkurencí se v této době stává pouze Squash arena ve Vratislavicích.

4.4. Prodejní a marketingové strategie

Co to je Marketingový mix?

Prvním, kdo v marketingu hovořil o "mixu jednotlivých ingrediencí", byl James Culliton na konci 40. let 20. století. Se čtyřmi složkami marketingu později pracoval Richard Clewett. Jednalo se o **produkt** (Product), **cenu** (Price), **distribuci** (Distribution) a **propagaci** (Promotion). U Clewetta studoval již výše zmíněný Jerry McCarthy. Ten uvedl, že by se složky měly propojit a kombinovat. Navíc slovo *distribuce* nahradil slovem *místo* (Place), a tak vznikl klasický **marketingový mix 4P** [9, 15].

Marketingový mix představuje a konkretizuje všechny kroky, které organizace dělá, aby vzbudila poptávku po produktu (či v případě demarketingu ji snížila). Tyto kroky se rozdělují do čtyř proměnných:

1. **Produkt** označuje nejen samotný výrobek nebo službu (tzv. jádro produktu), ale také sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce, značku, záruky, služby a další faktory, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání.
2. **Cena** je hodnota vyjádřená v penězích, za kterou se produkt prodává. Zahrnuje i slevy, termíny a podmínky placení, náhrady nebo možnosti úvěru.
3. **Místo** uvádí, kde a jak se bude produkt prodávat, včetně distribučních cest, dostupnosti distribuční sítě, prodejního sortimentu, zásobování a dopravy.
4. **Propagace** říká, jak se spotřebitelé o produktu dozvídají (od přímého prodeje public relations, reklamu a podporu prodeje) [9, 15].

4.4.1. Marketingový mix Squash areny Liberec

Výrobek:

Služba se zaměřením na sportující populaci, která by měla být jistým způsobem jedinečná a měla by oslovit co nejvíce zákazníku.

Cena:

Cena nabízených služeb bude vycházet z konečných nákladů, jako je pronájem prostor, vybavení, platy cvičitelů apod. Cílem je samozřejmě nabídnout levnější služby, než poskytuje konkurence a tím přilákat i více zákazníků.

Distribuce:

Hlavní je snaha zaujmout a upoutat pozornost zákazníků, jenž by se rádi věnovali svému tělu a sami sobě, ovšem z mnoha důvodů, jako je např. nepřítomnost někoho

na hlídání dětí, pocit, že se neseťkaly s centrem, jenž by poskytovalo všechny služby jimi vyžadované apod. Nabídnout těmto zákazníkům, že právě Squash arena Liberec všechny jejich potřeby uspokojí.

Marketingová komunikace:

Oslovení potenciálních zákazníků např. formou letáků, na nichž nastíníme poskytované služby. Dále pak účast na různých sportovních akcích, kde znovu služby představíme veřejnosti.

Je třeba zdůraznit, že marketingový mix je taktická, nikoli strategická pomůcka. To je klasická chyba mnoha marketérů a knih o marketingu.

Dříve než může být marketingový mix použit, je nutno vyřešit strategické problémy [15]:

1. segmentaci (Segmentation)
2. zacílení (Targeting)
3. umístění/pozicování (Positioning)

5. NÁVŠTĚVNOST SQUASH ARENY LIBEREC

Mým hlavním cílem je zvýšit návštěvnost Squash areny Liberec. Uvádím zde rozpis obsazenosti squashových kurtů v běžném týdnu. (Tab. 1 – 7)

Vysvětlivky k tabulce:

O Obsazený kurt

ST Stálá rezervace

TUL Rezervace Technickou univerzitou

Tab. 1: Obsazenost kurtů pondělí 6. 10. 2008

| Kurt /hod | 8:00 | 9:00 | 10:00 | 11:00 | 12:00 | 13:00 | 14:00 | 15:00 | 16:00 | 17:00 | 18:00 | 19:00 | 20:00 | 21:00 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | O | TUL | TUL | TUL | | | | | | | O | O | O | O |
| 2 | | TUL | TUL | TUL | | O | O | | | O | O | O | O | O |
| 3 | | TUL | TUL | TUL | | | | | | O | O | O | O | O |
| 4 | | TUL | TUL | TUL | | | | | | O | O | O | O | O |
| 5 | O | | | | | O | | | | O | | O | O | O |
| 6 | | | | O | | | | | | | O | O | O | O |

Tab. 2: Obsazenost kurtů úterý 7. 10. 2008

| Kurt /hod | 8:00 | 9:00 | 10:00 | 11:00 | 12:00 | 13:00 | 14:00 | 15:00 | 16:00 | 17:00 | 18:00 | 19:00 | 20:00 | 21:00 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | | | O | O | | | | | O | O | O | O | O | O |
| 2 | | | | O | | | | | O | O | O | O | O | O |
| 3 | | | | O | | | O | | O | O | O | O | O | O |
| 4 | | O | O | | O | | | | | O | O | O | O | O |
| 5 | | | | | | | O | | | | O | O | O | O |
| 6 | | | | | | | | | | O | O | O | O | |

Tab. 3: Obsazenost kurtů středa 8. 10. 2008

| Kurt /hod | 8:00 | 9:00 | 10:00 | 11:00 | 12:00 | 13:00 | 14:00 | 15:00 | 16:00 | 17:00 | 18:00 | 19:00 | 20:00 | 21:00 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | | TUL | TUL | TUL | | O | | | O | O | O | ST | ST | O |
| 2 | | TUL | TUL | TUL | | | O | | O | O | O | ST | ST | O |
| 3 | | TUL | TUL | TUL | | | | | | | O | ST | O | O |
| 4 | | TUL | TUL | TUL | O | | | | O | O | O | O | O | O |
| 5 | | | | | | | O | | O | | O | O | O | O |
| 6 | | | O | | | | | | | O | O | O | O | O |

Tab. 4: Obsazenost kurtů čtvrtek 9. 10. 2008

| Kurt /hod | 8:00 | 9:00 | 10:00 | 11:00 | 12:00 | 13:00 | 14:00 | 15:00 | 16:00 | 17:00 | 18:00 | 19:00 | 20:00 | 21:00 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | | O | | | | | | ST | ST | O | ST | ST | ST | O |
| 2 | | O | | O | | | | ST | O | O | O | | O | O |
| 3 | | | | O | | | | O | O | O | O | ST | O | |
| 4 | | O | | O | | O | | O | O | O | ST | O | O | O |
| 5 | | | | | | | | O | O | O | O | O | O | |
| 6 | | | O | | | | | | O | O | O | O | O | |

Tab. 5: Obsazenost kurtů pátek 10. 10. 2008

| Kurt /hod | 8:00 | 9:00 | 10:00 | 11:00 | 12:00 | 13:00 | 14:00 | 15:00 | 16:00 | 17:00 | 18:00 | 19:00 | 20:00 | 21:00 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | | O | | | | | | | | O | | O | | O |
| 2 | | O | | | O | O | | O | O | O | O | O | O | O |
| 3 | | | | | | | | O | O | | O | O | O | O |
| 4 | | | | O | | | | | O | O | O | O | O | O |
| 5 | | | | | | O | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | O | | | | | O | |

Tab. 6: Obsazenost kurtů sobota 11. 10. 2008

| Kurt /hod | 8:00 | 9:00 | 10:00 | 11:00 | 12:00 | 13:00 | 14:00 | 15:00 | 16:00 | 17:00 | 18:00 | 19:00 | 20:00 | 21:00 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | | | | | | O | O | O | | | O | | | |
| 2 | | O | | O | O | | | | | | O | O | O | O |
| 3 | | O | | O | | O | O | | O | | O | O | O | O |
| 4 | | O | O | O | | | | O | O | | O | O | O | O |
| 5 | | | | | | | O | | O | | O | O | O | O |
| 6 | | | | O | | O | | | | | | | | |

Tab. 7: Obsazenost kurtů neděle 12. 10. 2008

| Kurt /hod | 8:00 | 9:00 | 10:00 | 11:00 | 12:00 | 13:00 | 14:00 | 15:00 | 16:00 | 17:00 | 18:00 | 19:00 | 20:00 | 21:00 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | | | | | | O | O | O | O | | O | | | O |
| 2 | | O | | O | O | | | | | | O | O | O | O |
| 3 | | O | | | | O | | | | O | O | O | | O |
| 4 | | O | O | O | O | | | O | O | | O | O | O | O |
| 5 | | | | | | | O | | O | | O | O | O | O |
| 6 | | | | | | O | | | | | | | | O |

Ceník squashu v jednotlivých hodinách viz příloha č. 3.

Po zhlédnutí všech tabulek, na první pohled je zřejmé, že obsazenost ve večerních hodinách je téměř 100%. Dále můžeme vidět, že jedním z problematických časových období je období návštěvnosti v hodinách dopoledních. Další problémové období vidím ve víkendových dnech, kde si myslím, že by bylo možné návštěvnost rapidně zvýšit. Neobsazenosti squashových kurtů si můžeme také všimnout v době mezi 12 – 15 hodinou ve všedních dnech.

5.1. Návštěvnost v dopoledních hodinách

Za prvé se budu zabývat návštěvností v dopoledních hodinách tedy mezi 8:00 a 12:00. Po měsíčním průzkumu, kdy jsem se zamýšlela nad tím, jak squashové kurty obsadit v dopoledních hodinách, jsem se nejprve pokusila charakterizovat zákazníky dopoledních hodin. V těchto hodinách chodí do Squash areny Liberec převážně podnikatelé, kteří mají volnou pracovní dobu, tedy nejsou vázáni časem. Dále pak studenti TUL, kteří mají zase volný studijní blok, a squash se stal jednou z jejich pohybových aktivit ve volném čase. V tabulce 1 si můžeme všimnout, že mezi 9 - 12 hodinou, to samé v tabulce 3 mezi 9 - 12 hodinou mají stálou rezervaci na čtyři kurty právě studenti TUL, kterým zde probíhá výuka předmětu squash.

5.1.1. Návrh řešení návštěvnosti v dopoledních hodinách

Dopolední hodiny jsou pravděpodobně největším problémem návštěvnosti, proto se musí najít řešení, která by mohla tento návštěvní deficit zlepšit. Cílem je, zamyslet se, kterou část populace oslovit. Mým prvním návrhem pro Squash arenu bylo oslovit střední a základní školy, které by se zde mohly účastnit výuky, například místo hodin tělesné výchovy. Proto jsme ve Squash areně Liberec napsali e-mail, který jsme odeslali na ředitelství všech škol v Liberci a okolí. Vstupné pro studenty bylo samozřejmě zvýhodněné. Při plánování této akce, jsem si uvědomovala úskalí, která mohou v případě zájmu o naši nabídku u škol nastat. Jedním z příkladů je, že pokud bude mít o hodinu squashe zájem škola z okrajové části Liberce, a jejich hodina tělesné výchovy se bude konat např. třetí hodinu, tak se studenti nestihnou vrátit na další čtvrtou hodinu do školy. Proto předpokládám zájem od tříd, kteří mají tělesnou výchovu buďto první nebo poslední vyučovací hodinu a to jak ze strany žáka, tak ze strany učitele.

Dalším návrhem na růst návštěvnosti v dopoledních hodinách je oslovování maminek na mateřské dovolené. Tato nabídka ale obnáší, aby ve Squash areně Liberec byla

zřízena služba hlídání dětí v dětském koutku v dopoledních hodinách. Tuto službu by samozřejmě mohly využít i maminky chodící na solárium nebo do sauny. Myslím si, že tato služba by byla velice prospěšná pro zákazníky Squash areny Liberec.

Pro vylepšení návštěvnosti dopoledních hodin se také za poslední měsíc zlevnilo vstupné pro studenty TUL, při prokázání studentské karty obou hráčů se cena mění ze 150,- Kč na 100,- Kč za kurt. Také solárium je pro studenty TUL zlevněno ze 70,-Kč na 50,- Kč.

5.2. Návštěvnost v odpoledních hodinách

V odpoledních hodinách od 12:00 – 16:00 ve všední den, jak vypovídají tabulky, je také návštěvnost velice slabá, arenu v tomto čase navštěvuje minimum zákazníků na squash. Pokusím se tedy pro Squash arenu navrhnout i v tomto časovém období možné plány do budoucna, které by mohly zaplnit také tyto neobsazené hodiny. Studenti jsou většinou v tuto dobu ve školách a starší populace v práci, bude tedy náročné vymyslet, kterou část populace oslovit pro toto časové období.

5.2.1. Návrh řešení růstu návštěvnosti v odpoledních hodinách

Zaplnění kurtů v odpoledních hodinách není také nikterak přívětivé. Zde by platily stejné návrhy jako při řešení dopoledních hodin. K těmto řešením bych také ráda dodala návrh na zavedení dětských squashových kroužků pod vedením odborného instruktora a to pro žáky prvního a druhého stupně základních škol.

Studenti prvního stupně by mohli mít výuku dříve než studenti druhého stupně, a to z důvodu kratší výuky. Výuka by probíhala ve skupinkách, počet by se odvíjel podle počtu přihlášených zájemců, ale také podle možností instruktora. Na recepci Squash areny Liberec jsou k dostání přihlášky, které jsem vytvořila pod názvem Squash pro děti (příloha 1). Opět se uvidí, jaký bude zájem veřejnosti o tyto služby. Podle počtu se

otevře počet hodin kroužků. V této době se již ve Squash areně hromadí vyplněné přihlášky a mohu říci, že zájem mě mile překvapil.

Pro růst návštěvnosti v odpoledních hodinách jsou pro nás také důležití podnikatelé, kteří jsou pány svého času. Proto nás napadlo udělat plakát s reklamou Squash areny Liberec a jejích možnostech, které nabízí a co v ní lze absolvovat - squash, solárium, lezecká stěna, apod. Tuto reklamu bychom měli rozeslat e-mailem do libereckých firem. Cílem tohoto e-mailu je dát Squash arenu do podvědomí toho okruhu lidí a seznámit je s vkladovými kartami a zvýhodněným bonusem při vkladu peněz na vkladovou kartu. Tento způsob tzv. vkladových karet využívá ve Squash areně již plno firem i soukromých jedinců.

5.3. Návštěvnost ve večerních hodinách

Návštěvnost ve večerních hodinách, není třeba nijak charakterizovat. Z grafu se dá lehce vyčíst, že hodiny bývají často plně obsazené a pro růst návštěvnosti není třeba nic měnit. Návštěvníci mají po pracovní době a tak svůj volný čas věnují sportu. Ve večerních hodinách se zde vyskytují převážně stálé rezervace, klientela je stálá. Což je pro Squash arenu Liberec dobrou vizitkou.

5.4. Návštěvnost o víkendu

O víkendu je návštěvnost poměrně velká, což vyplývá z tabulky 6 a 7. Tabulky jsou ovšem zkreslující vzhledem ročnímu období a aktuálnímu počasí, které se momentálně převažuje. Proto si myslím, že by Squash arena Liberec tyto výkyvy měla řešit, aby se návštěvnost o víkendu stala stálou a závislostí na daném počasí. V případě, že v Liberci napadne sníh, tak většina klientely využívá spíše dobrých lyžařských podmínek.

5.4.1. Návrh řešení růstu návštěvnosti o víkendu

Zde bych navrhovala víkendy obsadit např. squashovými turnaji, jak pro profesionály, tak pro širokou veřejnost např. firmy, dětské oddíly. K turnajům by se mohl přichystat např. raut nebo malé občerstvení, podle toho co by daná firma požadovala na firemním turnaji. Firemní turnaje by se pořádaly podle zájmu firem, které bychom opět oslovili naší nabídkou.

Dalším turnajem by v případě zájmu mohl být turnaj pro sportovní oddíly v Liberci a jeho okolí nebo by sem mohl spadat turnaj pro širokou veřejnost, tedy pro profesionály, neprofesionály, a dětské kroužky.

Dopředu plánovaným programem na víkendy, bychom se mohli vyhnout výkyvům v návštěvnosti. Tyto návrhy potřebují dobrou reklamu, informovanost, aby se tato možnost dostala do podvědomí veřejnosti. I o víkendech by byla možnost již zmiňovaného dětského koutku, který by zajistil dostatečnou péči o děti v průběhu turnajů. A rodiče si mohli v klidu užít turnajovou atmosféru. Turnaj pro studenty TUL poslouží jako vzor pro víkendové turnaje.

5.5. Reklama – zviditelnění Squash areny Liberec

Reklama je placená forma neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek určitého subjektu (firmy, instituce nebo jiné organizace) prostřednictvím komunikačních médií. Mezi obecná média, kterých reklama využívá, patří zejména televize, rozhlas, denní tisk, časopisy, plakáty a film. Dále jde o využívání specifických médií komunikace pro reklamu v oblasti tělesné výchovy a sportu [9, 10].

Pojem sportovní reklama je vztahován jednak k reklamě se sportovními motivy, která je prezentuje s využitím obecných komunikačních médií (např. reklama na plakátech sportovního utkání, pravidelné zpravodajství při zápasech sportovních družstev atd.) a dále jde o reklamu, která využívá specifických médií komunikace z oblastí sportu. Patří

sem např. dresy a výstroj sportovců, sportovní nářadí a náčiní, startovní čísla, mantinely, výsledkové tabule a ukazatele (ve formě transparentů nebo videotabulí) [1].

Sportovní reklama může plnit všechny zmíněné funkce. Je třeba brát v úvahu, že sport je významným fenoménem naší doby a provádí a sledují jej milióny lidí. To samozřejmě přitahuje zájem firem, pro něž vystupují příznivci sportu jako potenciální zákazníci. Důležitým reklamním motivem je i vysoké společenské postavení, prestiž i image předních světových sportovců [1,10].

Nutno podotknout, že Squash arena Liberec by rozhodně měla zapracovat na reklamě. Arena by se dostala do většího podvědomí občanu Liberce a věřím tomu, že statistiky ohledně zaplněnosti Squash areny Liberec by byly daleko příznivější, než v této době.

Dovoluji si říci, že Squash arena Liberec je velice známý komplex v Liberci, ale už méně lidí ví, jaké služby toto centrum poskytuje. Sportovní centrum se neustále rozvíjí, proto by si zasloužilo větší reklamu. U sportovců s dobrými výsledky se samozřejmě vytváří reklama jednodušeji než u sportovního centra, ale i zde se dají najít formy reklam, které lze zde ve Squash areně Liberec použít.

5.6. Sponzorství

„Jedná se o aktivity, které jsou spojené s poskytováním peněžních a věcných prostředků nebo služeb pro různé většinou neziskové subjekty, za účelem vytvoření, posílení a udržení dobré pověsti podniku, image podniku, zboží, značky a v konečném důsledku tedy zvýšení zisku, zlepšení tržní pozice...“ [9].

Sponzorování se stává stále výraznější součástí jednotlivých subjektů v našem tělovýchovném a sportovním hnutí. Finanční prostředky jsou převážně propůjčovány za určitým záměrem a cíl sponzora je zejména propagační a ekonomický. Sponzorovat lze jednotlivého sportovce, sportovní týmy, sportovní akce nebo sportovní kluby. Výhody

sponzoringu spočívají v tom, že umožňuje komunikovat i s tou částí veřejnosti, kterou je jinými prostředky marketingové komunikace obtížné zasáhnout. Dokáže kontaktovat zákazníka v době, kdy je příznivě naladěn. Mezi nevýhody lze uvést situaci, vybere-li si podnik nevhodné akce, může si tak poškodit image. Peníze nejsou vždy vynaloženy účinně, a to v případě, že předmět sponzoringu není vybrán, aby co nejvíce odpovídal cílové skupině zákazníků, na niž se obrací v rámci své hlavní činnosti. Další formy sponzoringu jsou mecenášství, donátorství [9, 10].

Sponzoring se dotýká Squash areny Liberec také velkým dílem, pokud bychom chtěli pořádát turnaje, jak jsem již uvedla v návrhu. Potřebuje Squash arena určité množství sponzorů, kteří by poskytovali např. různé propagační materiály, ceny, nebo nápoje. Sponzoring je součástí reklamy. Je to vlastně taková protislužba, pokud Squash areně Liberec poskytne např. firma TTT nápoje. Nápoje se budou podávat v průběhu turnaje. Většinou se pak najde někdo, koho tento nápoj osloví. Zisk se zde koná na obou stranách.

5.7. Návrh spolupráce s Technickou univerzitou Liberec

Naskýtá se zde možnost spolupráce s Technickou univerzitou Liberec. V tomto případě by se naskytovala možnost squashových kurzů pro studenty jednotlivých kateder. Které by probíhaly formou víkendové výuky. Studenti by zde byli seznámeni s pravidly squashe, a měli by k dispozici výuku squashe s certifikovaným trenérem za dohledu vedoucího předmětu pod názvem Víkendový squashový kurz. Cílem výuky by bylo seznámení se s teoretickou částí i částí praktickou. Studenti by zde získali základní dovednosti při hře, správné držení rakety, provedení správných squashových pohybů, herních taktik atd.

Tento squashový kurz by probíhal ve 3 víkendových blocích, tedy ve 3 víkendech. A to v následujících časech 9: 00 – 11: 30 v dopoledních hodinách. A následně 13- 15 v odpoledních hodinách.

V prvním víkendu dopoledne by trenér seznámil studenty s pravidly hry. Odpolední výuka

by byla věnována postavený hráče, správné držení rakety, forhand, backhand, podání.

Nedělní výuka prvního víkendu by byla věnována samotné hře, s průběžnou opravou trenérem.

Druhý víkend kurzu by byl věnován opět samotné hře, s možností hry s trenérem.

V závěrečném tedy třetím víkendu squashové výuky by se v sobotním dni konala hra, jak v dopoledních hodinách, tak i v hodinách odpoledních. Na závěrečný den, víkendového kurzu by se konal turnaj všech zapsaných studentů absolvujících tento kurz.

6. SQUASHOVÝ TURNAJ PRO STUDENTY TUL

Jako praktickou část bakalářské práce jsem se rozhodla uspořádat squashový turnaj pro studenty TUL. Konal se ve středu 19. 11. 2008 v dopoledních hodinách v prostorách Squash areny Liberec a hrálo se o velice zajímavé ceny. Vytvořila jsme asi měsíc dopředu leták propagující tento turnaj. Letáky jsem roznesla na všechny fakulty Technické univerzity. Studenti mající zájem se zúčastnit, měli šanci se včas přihlásit. Studenti se mohli přihlásit telefonicky, nebo formou e-mailu přímo do squashového centra. Leták byl také vložen na webové stránky TUL.

6.1. Hlavní zásady při pořádání turnaje

Hlavní účelem bylo zvýšení návštěvnosti a ukázání možností Squash areny Liberec studentům TUL. Hlavní zásadou pořádání turnaje bylo dodržení bezpečnosti všech zúčastněných a žádná z činností nesměla vést ke zvýšení rizika.

Hlavní aspekty turnaje:

- materiálové zabezpečení
- komunikační technika
- komunikace mezi pořadateli
- hlavní časový plán
- harmonogram turnaje, v jakém pořadí a systému se bude hrát
- komunikace mezi pořadatelem a diváky

(Návštěvník by měl být maximálně informován o dění na turnaji. Jsou-li dostatečné lidské zdroje, měl by mít turnaj vlastního speakra, který bude komentovat dění po celou dobu trvání turnaje [7, 8].)

- personální zabezpečení

6.2. Informace o turnaji

Datum turnaje: 19. 11. 2008

Účastníci turnaje: Studenti Technické univerzity

(Mohli se přihlásit žáci všech fakult spadající pod Technickou univerzitou. Průkazem do soutěže se stala studentská karta Isic nebo index.)

Místo konání turnaje: Squash arena Liberec

Začátek turnaje: 8:30 prezence

9:00 hra

6.3. Systém turnaje

Ve Squash areně Liberec se nachází 6 squashových kurtů. Proto jsem se rozhodla, rozdělit studenty do 6 - ti skupin, v pořadí v jakém se hlásili na prezenci. Do turnaje se přihlásilo celkem 44 studentů TUL, dorazilo však pouze 33 studentů. Z toho bylo 27 studentů a 6 studentek. Vzhledem k počtu účastníků jsme se rozhodli uspořádat zvlášť turnaj mužů a žen. 27 mužů jsem rozdělila do 5 - ti skupin na 5 squashových kurtů. Na 3 kurtech se nacházelo 5 hráčů a 2 kurty byly po 6 hráčích. Ve skupinách se hrál systém každý hráč s každým hráčem. Ze skupiny, kde se nacházelo pět hráčů, postupovali první tři hráči. Ze skupiny, kde se nacházelo 6 hráčů, postupovali také 3 a hráči na čtvrtých místech z těchto dvou skupin pak hráli o šestnáctého postupujícího hráče do osmifinále.

První skupinové kolo se vzhledem k počtu hráčů hrálo systémem do 11 bodů bez ztrát, na jeden vítězný set. Šestnáct postupujících do osmifinále pak hrálo na dva vítězné sety. Hráči, kteří postoupili do čtvrtfinále, hráli opět na dva vítězné sety. Semifinále a finále se hrálo na 3 vítězné sety. Z tohoto postupu jsme dostali jednoho vítěze squashového turnaje mužů.

U dívek tomu bylo následovně, vzhledem k nízkému počtu děvčat se hrálo v jedné skupině. Kde se také stejně jako u chlapců hrálo každá s každou. Do dalšího kola postoupila čtyři děvčata. Která se utkala v pořadí 1. a 4., 2. a 3. Poražené ženy si zahrály o 3. místo. Ty, které vyhrály, si zahrály o 1. a 2. místo.

Tento systém se nám zdál nejlepší vzhledem k počtu účastníků.

6.4. Ceny pro výherce

Kategorie muži:

1. cena: squashová raketa Dunlop
2. cena: omotávka Oliver, karton piv Gambrinus
3. cena: omotávka oliver, triko TUL

Kategorie ženy:

1. cena: permanentka do posilovny TUL
2. cena: hodina squashe zdarma ve Squash areně Liberec, regenerační přípravek, triko TUL
3. cena: tři hodiny squashe zdarma ve Squash areně Liberec

6.5. Finanční stránka turnaje

Vstupné na turnaj: 75,- Kč

Počet účastníku: 33 studentů

Vybráno za vstupné: $75 \times 33 = 2475,-$ Kč

Celkem vybráno za turnaj: 2475,-Kč

Pití a občerstvení zakoupené studenty: 1723,-Kč

6.5.1. Náklady turnaje

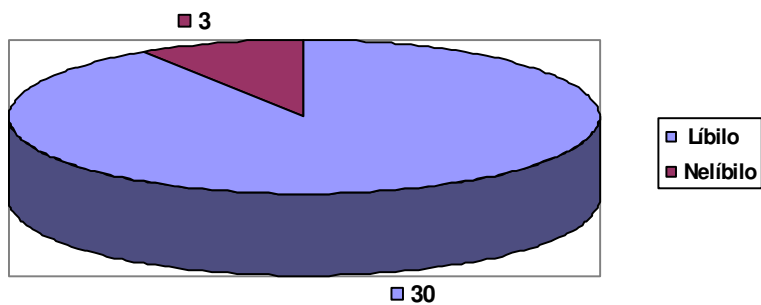
Náklady na turnaj byly velice nízké, jelikož jsem všechny ceny získala jako sponzorské dary, tím pádem byly náklady jen na občerstvení, které zajistila Squash arena Liberec.

6.6. Hodnocení turnaje z pohledu účastníků - anketa

Po skončení turnaje jsem všem 33 studentům položila dvě následující otázky:

1. Líbil se Vám turnaj?

Graf 1: Spokojenost studentů



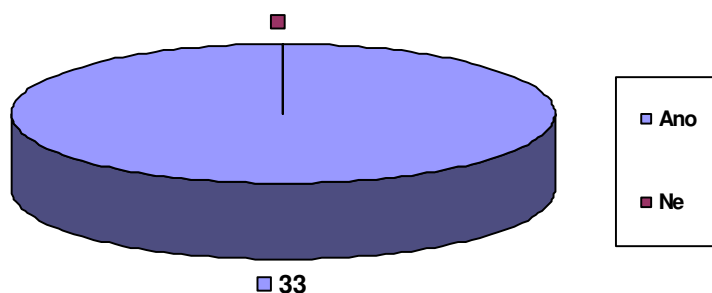
Legenda: počet studentů

Třech studentů, kterým se turnaj nelíbil, jsem se dovolila zeptat, proč tomu tak bylo. Od všech studentů, jsem slyšela odpověď, že se jim nelíbil systém turnaje, který jsem

zvolila. Domnívám se, i po konzultaci s odborníky, že systém turnaje byl zvolený správně. Každý hráč tak měl možnost odehrát více zápasů během turnaje.

2. *Měli byste v budoucnosti zájem o další podobný turnaj pro studenty?*

Graf 2: Zájem o zopakování akce



Legenda: počet studentů

Tento graf je jednoznačný a uspokojující. Všichni účastníci by si rádi turnaj zopakovali.

6.7. Výsledky turnaje

Kategorie muži:

1. místo: Tomáš Kyncl
2. místo: Tomáš Rucký
3. místo: Jiří Plichta

Kategorie ženy:

1. místo: Barbora Melicharová

2. místo: Michaela Kopalová

3. místo: Vendula Mullerová

V kategorii ženy dominovala Barbora Melicharová s Michaelou Kopalovou, které sehrály velice vyrovnané finále. První místo si nakonec odnesla zaslouženě Barbora Melicharová.

7. ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo seznámit Vás se Squash arenou Liberec a její pestrnou nabídkou služeb. Dále pak předložit návrhy pro Squash arenu Liberec a způsoby, jakými by se dali vylepšit její poskytované služby. Zaměřila jsem se na sportovní aktivitu squash, která ve Squash areně Liberec dominuje nad všemi aktivitami. V tabulkách, kapitola 5. jsem zachytila návštěvnost v různých časových intervalech, které sem rozdělila na dopoledne, odpoledne, večer a víkendy.

Návrhy, které jsem v kapitole 5 uvedla, jsem také předala majiteli Squash areny Liberec, který tyto návrhy schválil a mohu je tak realizovat v nejbližší době v praxi. Mezi tyto návrhy patří: turnaje pro veřejnosti, oslovení škol, oslovení veřejnosti, hlídání dětí v dětském koutku.

Turnaj, který jsem uspořádala společně pod dohledem a za spolupráce majitele Squash areny Liberec, měl přínos, jelikož celé dopoledne, od 9:00 - 12:00 byly kurty č. 1 - 6 plně obsazené.

Dalším pozitivem tohoto turnaje bylo, přání studentů TUL, aby se tento turnaj stal rituálem každého semestru. Turnaj posloužil jako ukázka turnajů na víkendy, které by se pořádali ve stejném duchu, ovšem by byl již otevřen pro širokou veřejnost nebo pro nějakou firmu či společnost.

Všechny tyto opatření a návrhy by měli napomoci k vyšším denním tržbám a celkovému zisku financí v rámci Squash areny Liberec. Tato práce byla především psána pro Squash arenu Liberec, jako návrh na zlepšení služeb a ke zvýšení návštěvnosti.

Bakalářská práce splnila cíl, úspěšnost turnaje, i návrhy řešení byly odsouhlaseny.

8. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ČÁSLAVOVÁ, E. *Management v tělesné výchově a sportu : (vybrané kapitoly)*. 2. vyd. Praha : Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0050-1.
- [2] ČÁSLAVOVÁ, E. *Management sportu*. 1. vyd. Praha : East West Publishing, 2000. ISBN 80-721-9010-5.
- [3] DĚDKOVÁ, J. a HONZÁKOVÁ, I. *Základy marketingu*. 1. vyd. Liberec : TU, 2006. ISBN 80- 7372-130-9z.
- [4] HOŠEK, V. *Psychologie sportu*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2006. ISBN 80-246-1290-9.
- [5] NOVOTNÝ, J. *Ekonomika sportu : (vybrané kapitoly)*. 1. vyd. Praha : Oeconomica, 2005. ISBN 80-245-0979-2.
- [6] SEKOT, A. *Sociologie sportu*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-7315-132-4.
- [7] SEKOT, A. *Sport a společnost*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, 2004. ISBN 80-7315-047.
- [8] SLEPIČKA, P. *Sportovní diváctví*. 1. vyd. Praha : Olympia, 1990. ISBN 80-7033-012-0.
- [9] ŠVANDOVÁ, Z. *Úvod do marketingové komunikace*. 1. vyd. Liberec : TU, 2002.

ISBN 80-7083-637-7.

- [10] STELL, J. *Reklama – Průzkum, plánování a příprava*. 1.vyd. Brno : Computer Press, 2003. ISBN 80-251-0065-0

Seznam ostatních zdrojů

- [11] SQUASH ARENA [online]. 2007 , 12.8.2008 [cit. 2008- 09-14].Squash arena.
Dostupný na World Wide Web: <http://www.squasharena.li/index.php?stranka=sauna>
- [12] SQUASH ARENA [online]. 2007 , 12.8.2008 [cit. 2008- 09-14].Squash arena.
Dostupný na WWW: <http://www.squasharena.li/index.php?stranka=squash>
- [13] SQUASH ARENA [online]. 2007 , 12.8.2008 [cit. 2008- 09-14].Squash arena.
Dostupný naWWW<<http://www.squasharena.li/index.php?stranka=fresh-napoje>.
- [14] *Společnost s ručením omezeným*[online]. 2007 [cit. 2008-08-14]. Dostupný z WWW:
<www.vlastnicesta.cz>.
- [15] ROBERT NĚMEC[online] ,2007 [cit. 2008-09-16]. Dostupný z WWW:
<<http://marketing.robertnemec.com/marketingovy-mix-rozbor/>>.
- [16] *Historie squashe* [online] ,2007 [cit. 2008-09-16]. Dostupný z WWW:
<http://cs.wikipedia.org/wiki/SquashH.C5.99iC5.A1t.C49B_a_vybavenC3.AD>.
- [17] *Official webside of the Word squash federation*. [online]2008 [cit. 2008-09-17].

Dostupný naWWW: <<http://www.worldsquash.org.uk/>>

9. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 : Plakát na squashový turnaj pro studenty TUL

Příloha 2: Plakát a přihlášky na squash pro děti

Příloha 3: Ceník squashových kurtů v časových pásmech

Příloha 4: Fotografie z vyhlášení turnaje

Příloha 5: Speciální nápojový lístek Fresh and Smoothies

Příloha 6: Squashový kurt - nákres

Squashový turnaj
pro studenty TUL

KDY? 19.11. 2008 od 9:00

prezentace 8:30

KDE? Squash arena Kunratická

(Olbrachtova 820 – naproti Tesco)

CENY: **SQUASHOVÁ RAKETA,**

potítka, míčky, sportovní trika

a další zajímavé ceny

STARTOVNÉ: 75,- Kč

Přihlašujte se, prosím, telefonicky na 482750506

nebo na e-mail **info@squasharena.li**

Čeká na Vás i malé občerstvení ;-)



Těší se na Vás Squash arena Liberec

Příloha 2

Squash pro děti

Rozhodli jsme se pro Vaše děti uspořádat pravidelné hodiny squashe pro děti. Hodina stojí 60 Kč a je určena dětem mezi 7-12 lety. Cena zahrnuje pronájem kurtu, výuku kvalifikovaného trenéra a zapůjčení rakety a míčku. V případě zájmu vyplňte přihlášku viz níže. Děkujeme Squash arena Liberec.

PŘIHLÁŠKA:

Jméno a Příjmení:

Rodné číslo:.....

Počet hodin v týdnu: 1 2 3

Preferované dny: Po.....Út.....St.....Čt.....Pá

E-mailová adresa:.....

Kontakt:.....

Příloha 3

| CENÍK- | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| squash | | | | | | | | | | | | | | |
| Hodina | 8.00 | 9.00 | 10.00 | 11.00 | 12.00 | 13.00 | 14.00 | 15.00 | 16.00 | 17.00 | 18.00 | 19.00 | 20.00 | 21.00 |
| Pondělí | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 200,- | 250,- | 250,- | 250,- | 250,- | 150,- |
| Úterý | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 200,- | 250,- | 250,- | 250,- | 250,- | 150,- |
| Středa | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 200,- | 250,- | 250,- | 250,- | 250,- | 150,- |
| Čtvrtek | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 200,- | 250,- | 250,- | 250,- | 250,- | 150,- |
| Pátek | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- |
| Sobota | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- |
| Neděle | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 150,- | 200,- | 250,- | 250,- | 250,- | 250,- | 150,- |
| <u>Nově mají studenti TUL (s průkazem ISIC) od 8 do 15 hodin squash za 100 Kč/hod</u> | | | | | | | | | | | | | | |

Příloha č. 4



Příloha č. 5

Fresh & Smoothies nápoje

Základní nabídka (0,3 l)

- * Mrkev 35 Kč
- * Jablko 40 Kč
- * Pomeranč 45 Kč
- * Mrkev + jablko 35 Kč
- * Mrkev + jablko + pomeranč 40 Kč
- * Jablko + pomeranč 45 Kč

Pro probuzení (0,3 l):

- * Vitamínová mňamka (pomeranč, hruška, grapefruit, jablko) 49 Kč
- * Jablečná mrkev (mrkev, jablko, snítka máty) 45 Kč

Zahnání stresu (0,3 l)

- * Grapefruitová hruška (hruška, grapefruit) 49 Kč
- * Pomerančová hruška (pomeranč, hruška) 49 Kč

Pro lepší zažívání (0,3 l)

- * Mrkev se zázvorem (mrkev, kousek zázvoru) 39 Kč

Srdce a krevní oběh (0,3 l)

- * Osvěžující orange (pomeranč, grapefruit) 49 Kč

Bolesti (0,3 l)

- * Citrusový posilovač svalů (citron, pomeranč, hruška, jablko) 49 Kč

Pro lepší náladu (0,3 l)

- * Citrusová smršť (pomeranč, grapefruit, citron) 49 Kč
- * Grapefruitová chuť jablka (grapefruit, jablko) 49 Kč
- * Speciální citron (citron, limety, pomeranč) 49 Kč
- * Ovocný hurikán (jahoda, pomeranč, jablko, banán) 49 Kč
- * Jablečné překvapení (jablko, pomeranč, ananas) 49 Kč
- * Medový vodopád (jablko, banán, med, skořice) 49 Kč
- * Limetový pomeranč (pomeranč, limeta, snítka máty) 49 Kč
- * Zázvorový orange (pomeranč, kousek zázvoru) 49 Kč
- * Ovocný sen (pomeranč, banán, jahody) 49 Kč

- * Šumivé nápoje (0,3 l)
- * Jablečný střik (jablečný fresh, 1 dcl perlivé vody, led) 35 Kč
- * Anamátový střik (ananas, 1 dcl perlivé vody, snítka máty, led) 39 Kč
- * Citrusový střik (pomeranč, limeta, 1 dcl perlivé vody, led) 39 Kč
- * Grapefruitová bublina (grapefruit, jablko, 1 dcl perlivé vody, led) 39 Kč
- * Bouřlivé tropy (ananas, limeta, grapefruit, 1 dcl perlivé vody, led) 39 Kč

Creamy (0,3 l)

- * Lahodná banánová mrkev (mrkev, banán, bílý jogurt, máta) 49 Kč
- * Arena cream (jablko, ananas, banán, bílý jogurt, med, skořice) 49 Kč
- * Anabanana (ananas, banán, mléko, bílý jogurt, skořice) 49 Kč
- * Pastelové ovoce (jablko, pomeranč, jahody, jogurt, snítka máty) 49 Kč

- * Tropický jogurt (grapefruit, jahody, ananas, bílý jogurt) 49 Kč

Shake & ice (0,3 l)

- * Mléčná jahoda (jahody, mléko) 35 Kč
- * Mléčný banán (banán, mléko) 35 Kč
- * Choco shake (čokoládová zmrzlina, mléko, drcený led) 35 Kč
- * Frozen banana (banán, čokoládová zmrzlina, mléko, drcený led) 45 Kč [13]

Příloha č. 6:

